

**LAPORAN
TUGAS AKHIR
SISTEM *WEB COMMERCE* SEBAGAI SALURAN DISTRIBUSI PADA
PRODUK PUPUK UREA (CON_2H_4) BERSUBSIDI
DI PT. PUPUK KALTIM JAWA TIMUR**

Disusun untuk memenuhi sebagian syarat
guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.)
Manajemen Pemasaran



**Disusun oleh :
IKA HIDAYATI
NIM. 151510813025**

**PROGRAM STUDI D-III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2018**

KARTU TANDA MAHASISWA



LAPORAN

TUGAS AKHIR

**SISTEM *WEB COMMERCE* SEBAGAI SALURAN DISTRIBUSI PADA
PRODUK PUPUK UREA (CON_2H_4) BERSUBSIDI**

DI PT. PUPUK KALTIM JAWA TIMUR

Disusun oleh:

Ika Hidayati

NIM. 151510813025

Telah disetujui dan diterima dengan baik

Dosen Pembimbing

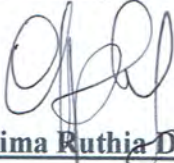


Dr. Ari Prasetyo, SE., M.Si

NIP. 197101162005011002

Tanggal 28 Juni 2018

Dosen Penguji



Phima Ruthia Dwikesumasari, S.E., MSM

NIK. 198706302015043201

Tanggal 28 Juni 2018

Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran



Edwin Fiatiano, S.Sos., M.Si

NIP. 19731102 1998031003

Tanggal 01 Juli 2018

PT. Pupuk Kaltim Jawa Timur



Joko Sugihartono

Kepala Staff Umum

Tanggal 05 Juli 2018

Pernyataan Orisinalitas

Tugas Akhir

Saya, Ika Hidayati (151510813025) menyatakan bahwa:

1. Laporan Tugas Akhir ini asli dan benar-benar hasil karya sendiri dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarisme) dari karya orang lain.
2. Dalam Laporan Tugas Akhir tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan mata kuliah yang telah lulus karena karya tulis ini serta sanksi-sanksi lain sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 28 Juni 2018



Ika Hidayati

NIM. 151510813025

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat, nikmat serta karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Laporan ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh sebutan Ahli Madya (A.Md.) Program Diploma III Program Studi Manajemen Pemasaran, Universitas Airlangga.

Praktik Kerja Lapangan ini dilakukan di PT. Pupuk Kaltim yang berlangsung selama 45 hari. Selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini, penulis mendapatkan berbagai macam pengalaman dalam dunia kerja. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu berjalannya proses penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ilmu, kesehatan serta kekuatan secara mental maupun fisik selama proses penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini.
2. Kedua orang tua yang telah memberikan doa, dukungan, kasih sayang dan kepercayaan yang begitu besar. Semoga semua ini dapat menjadi awal yang baik bagi masa depan saya sebagai anak tunggal.
3. Bapak Dr. H. Widi Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA., CMA., selaku Dekan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Surabaya.
4. Terima kasih ke pada Bapak Dr. Ari Prasetyo., SE., M.Si selaku Dosen pembimbing yang dengan senang hati selalu meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan perasaan untuk memberikan pengarahan dalam proses penulisan Laporan Praktek Kerja Lapangan ini.
5. Bapak Edwin Fiatiano, S.sos., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Univeristas Airlangga Surabaya.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Surabaya yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan. Semoga ilmu yang diberikan dapat menjadi manfaat untuk kedepannya.
7. Fitri Aulia sahabat dari jaman orok sampai sekarang terima kasih sudah menerima baik buruknya aku selama ini, walaupun sekarang dia jauh tapi jiwanya tidak akan hilang dihatiku. Dia yang memberi semangat dalam segalanya.
8. GuysGhost adalah group yang sudah lama menjalin sahabat dari SMP sampai sekarang. Personil dari GG ada Fatimah, Ria, Yolanda, Vivi, Uma, Prily, Dinda, Erza. Merekalah yang mengajarkan dunia pertemanan yang sesungguhnya dalam hidupku.
9. Terima kasih juga buat temanku tercinta Uma, Afif, Della yang telah menemani senang sedih, susah dan menghabiskan uangku berpuluh-puluh juta di saat saya mengerjakan tugas akhir ini. Dan tak lupa dengan saudara saya Reza yang bisa jadi teman, saudara, musuh lengkap semuanya.
10. Dinda, Zahro, Firda terima kasih telah menemani dari awal masuk kuliah sampai sekarang mau lulus dan menjadi teman yang baik dan akan selalu menjadi terbaik.
11. Buat Magda dan Sasa yang telah menjadi teman setia dari SMA sampai sekarang dan kalian menerima apapun keadaanku.
12. Terima kasih buat rcti yang telah menayangkan sebuah sinetron yang sangat baik terutama buat aktor ganteng yaitu Bioone , sudah menemani kegabutan saat dirumah jika tidak ada inspirasi mengerjakan tugas atau tugas akhir.
13. Seluruh angkatan MP 15 terima kasih telah memberikan warna dalam awal kuliah sampai akhir kuliah.
14. Terima kasih buat Alvia dan Rina yang telah memberikanku arahan dan selalu mengingatkanku harus mengerjakan Tugas Akhir. Dan kebetulan tempat magang kita sama.
15. Buat Mita makasih telah menemaniku berbicara bahasa sunda selama Pkl berlangsung. Wanita yang suaranya kecil seperti semut. Terima kasih.

16. Terima kasih kepada semua pihak yang berada di kantor Pupuk Kaltim telah membantu secara langsung maupun tidak langsung penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.
17. Buat Aldy terima kasih semangatnya selama ini, yang selalu berbicara kepadaku bahwa kuliah itu penting dan selalu support aku.

DAFTAR ISI

KARTU TANDA MAHASISWA	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	6
1.4.1 Manfaat bagi Penulis.....	6
1.4.2 Manfaat bagi Almamater	6
1.4.3 Manfaat bagi Subjek PKL.....	6
1.4.4 Manfaat bagi Pembaca	6
1.5 Jadwal Penelitian	6
 BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN	 8
2.1 Sejarah PT. PUPUK KALTIM.....	8
2.2 Tujuan.....	9
2.3 Visi dan Misi	9
2.3.1 Visi PT. Pupuk Kalimantan Timur	9
2.3.2 Misi PT Pupuk Kalimantan Timur.....	10
2.4 Kegiatan Usaha Utama	10
2.4.1 Industri	10
2.4.2 Perdagangan	10
2.4.3 Jasa	11

2.5	Pengembangan Bisnis Proyek Pembangunan Pabrik Kelima	11
2.5.1	Pengembangan Bisnis Proyek Pembangunan Pabrik Kelima	11
2.5.2	<i>Boiler</i> Batubara	12
2.5.3	Penyiapan Lahan Kawasan Industri	13
2.5.4	Kajian dan Pengembangan Produk Lain	13
2.6	Makna Logo	14
2.7	Afiliasi dan Anak Perusahaan	15
2.8	Produk-Produk	17
2.9	Struktur Organisasi	21
BAB III PEMBAHASAN		22
3.1	Landasan Teori	22
3.1.1	Manajemen Distribusi	22
3.1.2	Saluran Distribusi	24
3.1.3	Tugas Distribusi	26
3.1.4	Fungsi Saluran Distribusi	26
3.1.5	Level Saluran Distribusi	27
3.2	Data dan Pengumpulan Data	28
3.2.1	Proses Pengumpulan Data	28
3.2.2	Metode Penyusunan Data	28
3.3	Analisa dan Pembahasan	29
3.3.1	Implementasi Saluran Distribusi PT. Pupuk Kaltim terhadap Pupuk Bersubsidi Produk Pupuk Urea	29
3.3.2	Sistem Distribusi	30
3.3.3	Fungsi dan Peranan Sistem <i>Web Commerce</i>	31
3.3.4	Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan <i>Web Commerce</i> ...	32
3.3.5	Kendala Saluran Distribusi	35
3.3.6	Solusi Penyelesaian	35

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	36
4.1 Kesimpulan.....	36
4.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN – LAMPIRAN	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Alokasi PT Pupuk Kalimantan Timur Tahun 2018	4
Tabel 1.2 Area Pupuk Bersubsidi Jawa Timur	4
Tabel 1.3 Rencana Kegiatan Penulisan Tugas Akhir	7
Tabel 3.1 Fungsi-Fungsi Saluran Distribusi	26
Tabel 3.2 Kelebihan Penggunaan <i>Web Commerce</i>	32
Tabel 3.3 Kekurangan Penggunaan <i>Web Commerce</i>	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Produksi dan Penjualan Produk Pupuk Urea Jawa Timur di PT. Pupuk Kalimantan Timur Tahun 2012-2016	3
Gambar 2.1	Area Pabrik Pusat Pupuk Kaltim di Kalimantan Timur.....	9
Gambar 2.2	Area Pabrik Baru yang Dibangun untuk Pengembangan Produksi Urea di Kalimantan Timur	12
Gambar 2.3	<i>Boiler</i> Batubara untuk Produksi <i>Steam</i> pada Pembuatan Pupuk di Kalimantan Timur	12
Gambar 2.4	Area yang Akan Digunakan sebagai Lahan Industri di Kalimantan Timur	13
Gambar 2.5	Lahan yang Digunakan PT.Pupuk Kaltim sebagai Penelitian dalam Mengembangkan Produk Baru.....	14
Gambar 2.6	Logo PT.Pupuk Kalimantan Timur	14
Gambar 2.7	Produk Pupuk Urea	18
Gambar 2.8	Produk Urea Granul Merk Daun Buah.....	18
Gambar 2.9	Produk Urea Prill Merk Daun Buah	19
Gambar 2.10	Amoniak	19
Gambar 2.11	Produk NPK Pelangi	20
Gambar 2.12	Pupuk NPK Pelangi Agro.....	20
Gambar 2.13	Struktur Organisasi PT. Pupuk Kalimantan Timur	21
Gambar 3.1	Bagan Tahapan Penjualan Pupuk Bersubsidi	30
Gambar 3.2	Web Pupuk Kaltim.....	32
Gambar 3.3	Saluran Distribusi PT.Pupuk Kalimantan Timur	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Permohonan Praktek Kerja Lapangan	39
Lampiran 2	Surat Persetujuan Praktek Kerja Lapangan	40
Lampiran 3	Surat Keterangan Selesai Praktek Kerja Lapangan	41
Lampiran 4	Buku Harian Praktik Kerja Lapangan	42
Lampiran 5	Hasil Penilaian Praktik Kerja Lapangan	43
Lampiran 6	Buku Konsultasi Praktik Kerja Lapangan	44
Lampiran 7	Buku Konsultasi Praktik Kerja Lapangan	45
Lampiran 8	Dokumentasi Praktek Kerja Lapangan	46
Lampiran 9	Daftar wawancara	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha ini mengalami peningkatan yang cukup pesat. Peningkatan itu disebabkan karena kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Hal ini mendorong perusahaan untuk memenuhi akan permintaan suatu kebutuhan. Dalam memenuhi permintaan tersebut, perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat baik perusahaan yang memproduksi sejenis maupun yang berbeda sama sekali. Untuk dapat menarik konsumen melakukan pembelian, maka perusahaan harus menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang dihadapi.

Dalam usaha mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran atau distribusi. Penyaluran merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan konsumen pada waktu yang tepat.

Menurut Kotler dan Keller (2010), saluran distribusi adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi salah satu faktor yang sangat penting atau tidak boleh diabaikan perusahaan dalam rangka memperlancar arus barang dari pihak produsen pada konsumen. Perusahaan menekankan pentingnya saluran distribusi, mengingat bahwa hal ini dapat digunakan dan berfungsi sebagai tolak ukur kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Tujuan dibentuknya suatu saluran distribusi adalah agar memudahkan perusahaan dalam menyalurkan arus barang sehingga produk sampai ke tangan konsumen dengan tepat waktu, tepat tempat dan tepat harga.

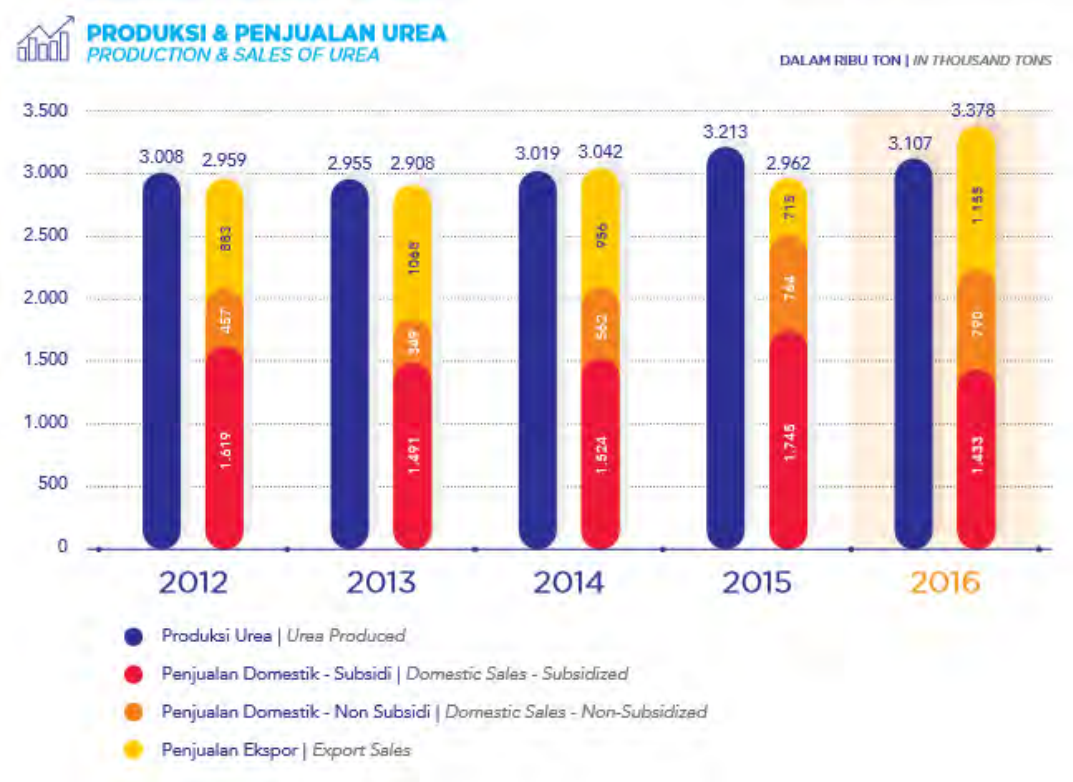
Menurut Kotler dan Keller (2010), Proses distribusi merupakan aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan nilai tambah produk melalui fungsi-fungsi pemasaran yang dapat merelisasikan kegunaan atau utilitas bentuk, tempat, waktu, kepemilikan, dan memperlancar arus saluran

pemasaran (*marketing channel flow*) secara fisik dan non-fisik. Dalam pelaksanaan aktivitas-aktivitas distribusi, perusahaan harus dihadapkan dengan perantara. Dan dalam penyaluran distribusi perusahaan harus mempunyai strategi-strategi yang tepat agar dalam penawaran produknya ke pasar berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan.

Oleh karena itu sangatlah tepat apabila perusahaan memahami kebijakan distribusi terutama yang menyangkut pemilihan saluran distribusi dan penentuan distribusi fisik. Saluran distribusi pada dasarnya merupakan perantara yang menjembatani antara produsen dan konsumen. Salah satu perusahaan yang tidak bisa luput dari proses pendistribusian adalah PT. Pupuk Kaltim.

PT. Pupuk Kalimantan Timur (Pupuk Kaltim) merupakan anak perusahaan dari PT. Pupuk Indonesia (Persero), perusahaan ini resmi berdiri pada 7 Desember 1977 dan berlokasi di Bontang, Kalimantan Timur. PT. Pupuk Kalimantan Timur sebagai salah satu produsen pupuk terbesar di Indonesia mempunyai tiga produk utama yaitu Urea, Amoniak, dan NPK. Saat ini perusahaan mampu memproduksi Urea 3,43 juta ton per tahun, Amoniak sebanyak 2,74 juta ton per tahun dan NPK 350 ribu ton per tahun. Kapasitas produksi dan penjualan Urea yang dihasilkan oleh PT. Pupuk Kalimantan Timur lebih banyak dibandingkan dengan dua produk yang lainnya. Oleh karena itu kesulitan yang terjadi di pihak produsen meliputi kurangnya kapasitas gudang dalam penyimpanan produk pupuk, hal tersebut membuat produk pupuk terjadi penumpukan pada gudang-gudang di daerah tertentu. Terutama pupuk Urea, sehingga kesulitan tersebut dapat berpengaruh pada proses distribusi produk di PT. Pupuk Kalimantan Timur.

**Gambar 1.1 Produksi dan Penjualan Produk Pupuk Urea Jawa Timur
di PT. Pupuk Kalimantan Timur Tahun 2012-2016**



Sumber: www.pupukkaltim.co.id (2018)

Gambar 1.2 menunjukkan grafik data penjualan dari tahun 2012 sampai 2016. Tahun 2014 dan 2016 mengalami peningkatan dari data penjualan, sedangkan dari tahun 2013, 2015 mengalami penurunan dan penjualan atau bisa dibilang berkurangnya dari data penjualannya. Sedangkan tabel 1.1 menunjukkan data alokasi terakhir per bulan sepanjang tahun 2018

Tabel 1.1 Data Alokasi PT Pupuk Kalimantan Timur Tahun 2018

ALAYAH PT. PUPUK KALTIM													
01. PACITAN	486,00	467,00	648,00	648,00	421,00	188,00	384,00	645,00	832,00	1.983,00	1.199,00	3.910,00	11.791,00
02. PONOROGO	1.307,00	934,00	1.657,00	2.464,00	1.744,00	815,00	3.073,00	2.880,00	3.132,00	3.293,00	3.100,00	4.228,00	28.627,00
03. TRENGGALEK	258,00	277,00	608,00	882,00	794,00	377,00	501,00	787,00	872,00	1.813,00	1.640,00	3.099,00	11.908,00
04. TULUNG AGUNG	1.072,00	1.588,00	2.410,00	1.576,00	1.813,00	1.684,00	2.101,00	3.185,00	2.782,00	3.688,00	2.885,00	3.132,00	27.916,00
05. BLITAR	1.508,00	1.281,00	955,00	1.727,00	2.596,00	1.897,00	1.909,00	3.108,00	3.024,00	3.807,00	4.246,00	5.072,00	31.090,00
06. KEDIRI	1.053,00	1.298,00	2.764,00	3.741,00	3.482,00	3.491,00	3.878,00	5.012,00	4.211,00	4.748,00	5.396,00	7.283,00	46.357,00
07. MALANG	4.052,00	3.659,00	3.773,00	3.156,00	2.846,00	2.575,00	2.800,00	3.930,00	3.907,00	5.821,00	6.156,00	4.973,00	47.648,00
08. LUMAJANG	2.883,00	3.047,00	2.649,00	3.049,00	3.496,00	2.961,00	2.294,00	3.982,00	3.185,00	4.806,00	3.931,00	3.627,00	39.910,00
09. JEMBER	3.920,00	3.791,00	6.258,00	8.186,00	7.555,00	5.680,00	9.130,00	12.075,00	9.745,00	8.546,00	9.584,00	11.408,00	95.878,00
10. BANYUWANGI	5.094,00	4.046,00	4.797,00	5.084,00	6.016,00	4.958,00	5.150,00	5.209,00	6.067,00	5.795,00	7.321,00	13.325,00	72.862,00
11. BONDOWOSO	2.962,00	2.526,00	2.750,00	3.185,00	2.566,00	2.781,00	2.886,00	3.349,00	3.525,00	3.680,00	4.678,00	3.970,00	38.858,00
12. SITUBONDO	3.192,00	2.036,00	2.823,00	3.536,00	3.291,00	2.549,00	3.210,00	3.548,00	3.248,00	3.612,00	4.520,00	5.753,00	41.318,00
13. PROBOLINGGO	4.786,00	3.495,00	3.025,00	3.211,00	3.380,00	3.707,00	2.851,00	3.546,00	3.597,00	3.978,00	4.424,00	3.334,00	43.334,00
14. PASURUAN	2.907,00	2.196,00	2.524,00	2.607,00	2.668,00	2.430,00	2.250,00	2.742,00	2.509,00	2.742,00	3.175,00	5.283,00	46.559,00
15. SIDOARJO	1.318,00	644,00	640,00	903,00	1.559,00	1.406,00	861,00	923,00	262,00	514,00	1.055,00	5.032,00	15.117,00
16. JOMBANG	3.247,00	1.011,00	2.258,00	3.845,00	3.370,00	2.324,00	2.761,00	4.392,00	2.965,00	2.284,00	3.781,00	3.647,00	35.885,00
17. NGANJUK	1.205,00	559,00	3.630,00	2.654,00	1.582,00	2.916,00	4.914,00	5.316,00	3.701,00	4.595,00	4.893,00	4.412,00	40.377,00
18. BANGKALAN	1.239,00	1.317,00	1.677,00	2.019,00	839,00	527,00	301,00	623,00	1.240,00	3.584,00	3.249,00	4.658,00	21.273,00
19. SAMPANG	762,00	1.454,00	1.993,00	792,00	798,00	745,00	924,00	911,00	964,00	4.823,00	1.786,00	3.920,00	19.872,00
20. PAMEKASAN	841,00	1.650,00	1.706,00	877,00	1.054,00	1.061,00	874,00	1.962,00	3.882,00	5.728,00	4.139,00	2.932,00	26.706,00
21. SUMENEP	557,00	1.510,00	1.350,00	942,00	700,00	590,00	474,00	1.522,00	1.673,00	4.800,00	6.534,00	7.784,00	28.436,00
22. KOTA KEDIRI	56,00	40,00	24,00	77,00	52,00	60,00	40,00	137,00	101,00	101,00	121,00	547,00	1.360,00
23. KOTA BLITAR	137,00	48,00	16,00	113,00	210,00	97,00	40,00	151,00	161,00	48,00	73,00	468,00	1.562,00
24. KOTA MALANG	57,00	74,00	65,00	58,00	38,00	23,00	45,00	50,00	65,00	55,00	53,00	626,00	1.209,00
25. KOTA P.LINGGO	459,00	382,00	230,00	149,00	261,00	267,00	153,00	189,00	282,00	310,00	204,00	440,00	3.326,00
26. KOTA PASURUAN	81,00	73,00	65,00	48,00	73,00	65,00	65,00	82,00	89,00	81,00	89,00	600,00	1.411,00
27. KOTA SURABAYA	71,00	40,00	101,00	81,00	71,00	60,00	40,00	40,00	30,00	81,00	212,00	332,00	1.159,00
28. KOTA BATU	202,00	348,00	322,00	323,00	310,00	300,00	249,00	267,00	257,00	244,00	126,00	257,00	3.205,00
JUMLAH	45.712,00	39.791,00	51.718,00	55.933,00	53.585,00	46.474,00	54.158,00	70.330,00	66.541,00	85.997,00	90.678,00	124.037,00	784.954,00
JAWA TIMUR	67.311,00	62.305,00	86.022,00	79.286,00	71.832,00	59.574,00	81.788,00	95.683,00	87.770,00	124.523,00	137.716,00	157.780,00	1.111.590,00

Sumber: Data Internal PT Pupuk Kalimantan Timur (2018)

Tabel 1.2 Area Pupuk Bersubsidi Jawa Timur

Pacitan	Banyuwangi	Nganjuk
Ponorogo	Bondowoso	Kota Surabaya
Trenggalek	Situbondo	Bangkalan
Tulungagung	Jember	Sampang
Blitar	Lumajang	Pamekasan
Kota Blitar	Probolinggo	Kota Batu
Kediri	Kota Probolinggo	Pasuruan
Kota Kediri	Malang	Kota Pasuruan
Jombang	Kota Malang	Sidoarjo
Sumenep		

Sumber : Data Internal (2018)

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, maka akan membahas tentang saluran distribusi pupuk bersubsidi pupuk urea. Oleh karena itu dilakukan penelitian dengan judul “Saluran distribusi pada produk pupuk urea bersubsidi di PSO 1 PT. Pupuk Kaltim Jawa Timur”.

Web commerce menurut Kotler dan Amstrong (2009) adalah saluran online atau saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dan modem. Jadi *web commerce* merupakan saluran online yang digunakan oleh pembisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dan produk dengan menggunakan bantuan komputer dan modem yang dalam prosesnya diawali dengan pemberian jasa informasi pada konsumen oleh produsen dalam menentukan pilihan. *Web commerce* berbasis internet atau pasar digital, pada saat ini *web commerce* menjadi pasar yang sangat fleksibel dan efisien dibanding pasar tradisional. Pasar digital mampu mengurangi biaya transaksi, biaya pencarian, dan biaya menu serta mampu secara dinamis menyesuaikan harga produk (barang atau jasa) yang sesuai dengan kondisi pasar. Selain itu, pasar digital memungkinkan produsen untuk menjual produknya secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara, seperti distributor dan pedagang eceran. Dengan kata lain, pasar digital memiliki aksesibilitas yang tinggi karena mampu mempertemukan secara langsung antara pihak yang membutuhkan dengan pihak yang menyediakan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana mekanisme sistem *web commerce* sebagai saluran distribusi pada produk pupuk urea bersubsidi di PT. Pupuk kaltim Jawa Timur?

1.3 Tujuan

Untuk mengetahui sistem *web commerce* sebagai saluran distribusi pupuk urea bersubsidi di PT. Pupuk Kalimantan Timur.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat bagi Penulis

Hasil laporan ini dapat digunakan sebagai tambahan wawasan dan pengalaman bagi penulis mengenai implementasi sistem web commerce sebagai saluran distribusi pada produk pupuk bersubsidi

1.4.2 Manfaat bagi Almamater

Hasil laporan dapat dijadikan referensi dalam kurikulum pembelajaran untuk meningkatkan kualitas pengajar dan juga pengajar.

1.4.3 Manfaat bagi Subjek PKL

Hasil laporan ini dapat dijadikan masukan bagi mengetahui alur distribusi pupuk bersubsidi

1.4.4 Manfaat bagi Pembaca

Laporan ini dapat dijadikan tambahan pembelajaran, wawasan, dan sumber referensi mengenai implementasi saluran distribusi produk pupuk bersubsidi.

1.5 Jadwal Penelitian

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan berlangsung selama 45 hari kerja di PT Pupuk Kalimantan Timur (Wilayah Jawa Timur). Berikut adalah rencana kegiatan penulisan Tugas Akhir

Tabel 1.3 Rencana Kegiatan Penulisan Tugas Akhir

No.	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penentuan Tempat dan Pembuatan Proposal																
2	Survei Lokasi																
3	Pengajuan permohonan ijin lokasi PKL																
4	Pelaksanaan PKL																
5	Penentuan dosen pembimbing																
6	Penyusunan Laporan PKL revisi dosen pembimbing																

BAB II

PROFIL OBJEK PENELITIAN

2.1 Sejarah PT. PUPUK KALTIM

Pupuk Kaltim merupakan Anak Perusahaan dari PT Pupuk Indonesia (Persero). Sejak berdiri, Pupuk Kaltim tidak pernah melakukan perubahan nama Perusahaan. Awalnya, proyek Pupuk Kaltim dikelola oleh perusahaan minyak negara Pertamina dengan fasilitas pabrik pupuk terapung atau pabrik di atas kapal. Namun karena beberapa pertimbangan teknis, proyek tersebut dialihkan ke darat sesuai dengan Keputusan Presiden Nomor 43 Tahun 1975 dan kemudian melalui Keputusan Presiden Nomor 39 Tahun 1976, pengelolaannya diserahkan dari Pertamina kepada Departemen Perindustrian. Lahan seluas 443 hektar disiapkan untuk pembangunan proyek tersebut.

Gas bumi merupakan bahan baku utama produksi Amoniak dan Urea yang disalurkan dengan pipa sepanjang 60 km dari Muara Badak, Kalimantan Timur. Proyek pertama pembangunan Pabrik 1 dimulai pada 1979, sedangkan pembangunan Pabrik 2 dimulai pada 1982. Kedua pabrik tersebut diresmikan bersamaan pada 29 Oktober 1984. Selanjutnya, Pabrik 3 dibangun dan diresmikan pada 4 April 1989. Pada 1999, berdiri pabrik Urea granul pertama di Indonesia yang dinamakan Proyek Optimasi Kaltim (POPKA).

Pabrik ini diresmikan pada 6 Juli 2000 bersamaan dengan pemancangan tiang pertama Pabrik 4. Unit Urea Pabrik 4 diresmikan pada 3 Juli 2002 sedangkan unit Amoniak diresmikan pada 28 Juni 2004. Bisnis utama Perusahaan adalah memproduksi serta menjual Amoniak, Urea dan NPK dengan segmen pasar dalam maupun luar negeri. Untuk wilayah distribusi sektor subsidi dalam negeri, wilayah pemasaran Pupuk Kaltim meliputi 2/3 wilayah Indonesia, yakni Kawasan Timur Indonesia hingga Papua dan sebagian besar Jawa Timur dan Kalimantan, kecuali Kalimantan Barat. Wilayah tersebut ditetapkan sesuai surat Direktur Utama PT Pupuk Indonesia (Persero) Nomor U-1308/.

Gambar 2.1 Area Pabrik Pusat Pupuk Kaltim di Kalimantan Timur



Sumber: www.pupukkaltim.co.id (2018)

2.2 Tujuan

Mengoperasikan kegiatan usaha yang terintegrasi mulai dari industri, perdagangan dan distribusi dan jasa di bidang perpupukan, petrokimia, dan kimia lainnya. Selain itu juga memanfaatkan sumber daya Perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa yang bermutu tinggi, berdaya saing kuat dan siap mendukung Ketahanan Pangan Nasional.

2.3 Visi dan Misi

2.3.1 Visi PT. Pupuk Kalimantan Timur

"Menjadi perusahaan di bidang industri pupuk, kimia, dan agribisnis kelas dunia yang tumbuh dan berkelanjutan."

2.3.2 Misi PT Pupuk Kalimantan Timur

1. Menjalankan bisnis produk-produk pupuk, kimia serta portofolio investasi di bidang kimia, agro, energi, *trading* dan jasa pelayanan pabrik yang bersaing tinggi;
2. Mengoptimalkan nilai perusahaan melalui bisnis inti dan pengembangan bisnis baru yang dapat meningkatkan pendapatan dan menunjang Program Kedaulatan Pangan Nasional;
3. Mengoptimalkan utilisasi sumber daya di lingkungan sekitar maupun pasar global yang didukung oleh SDM yang berwawasan internasional dengan menerapkan teknologi terdepan;
4. Memberikan manfaat yang optimum bagi pemegang saham, karyawan dan masyarakat serta peduli pada lingkungan

2.4 Kegiatan Usaha Utama

2.4.1 Industri

Mengolah bahan-bahan mentah tertentu menjadi bahan-bahan pokok yang diperlukan guna pembuatan pupuk, petrokimia, agrokimia, agroindustri dan bahan kimia lainnya serta mengolah bahan pokok tersebut menjadi berbagai jenis pupuk dan hasil kimia lainnya beserta produk-produk turunannya.

2.4.2 Perdagangan

Menyelenggarakan kegiatan distribusi dan perdagangan, baik dalam maupun luar negeri yang berhubungan dengan produk-produk tersebut di atas dan produk-produk lainnya yang berhubungan dengan perpupukan, petrokimia, agrokimia, agroindustri dan kimia lainnya serta kegiatan impor barang, antara lain bahan baku, bahan penolong atau pembantu, peralatan produksi pupuk dan bahan kimia lainnya.

2.4.3 Jasa

Melaksanakan studi penelitian, pendidikan, pengembangan, desain engineering, pengantongan (bagging station), konstruksi, pabrikasi, manajemen, pengoperasian pabrik, perbaikan atau reparasi, pemeliharaan, konsultasi (kecuali konsultasi bidang hukum) dan jasa teknis lainnya dalam sektor industri pupuk, petrokimia, agrokimia, agroindustri serta industri kimia lainnya serta jasa dalam bidang pertanian dan perkebunan.

2.5 Pengembangan Bisnis Proyek Pembangunan Pabrik Kelima

2.5.1 Pengembangan Bisnis Proyek Pembangunan Pabrik Kelima

Dalam rangka mendukung Program Ketahanan Pangan Nasional serta untuk menunjang sektor perkebunan dan industri dalam negeri, Pemerintah melalui Inpres RI Nomor 2 Tahun 2010 memutuskan untuk merevitalisasi industri pupuk nasional melalui replacement pabrik pupuk yang memiliki konsumsi gas di atas 34 MMBTU per ton Urea, digantikan dengan pabrik berteknologi baru yang lebih hemat energi dan konsumsi bahan bakunya. Revitalisasi tersebut diwujudkan melalui pembangunan Pabrik 5 yang mulai dibangun pada 14 September 2011, diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono, pada 25 Oktober 2012. Pada 9 November 2015 Pabrik 5 diserahkan terimakan dari kontraktor ke Pupuk Kaltim setelah melewati Performance Test pada 19 Oktober 2015. Kapasitas produksi pabrik 5 yaitu 1,15 juta ton Urea per tahun dan 825 ribu ton Amoniak per tahun, diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia, Ir. H. Joko Widodo pada 19 November 2015.

Gambar 2.2 Area Pabrik Baru yang Dibangun untuk Pengembangan Produksi Urea di Kalimantan Timur



Sumber: www.pupukkaltim.co.id (2018)

2.5.2 Boiler Batubara

Pembangunan *Boiler* Batubara yang telah dimulai sejak tahun 2011. Proyek ini bertujuan mengurangi konsumsi gas bumi Pabrik Kaltim-5 dan pabrik eksisting dengan memanfaatkan batubara sebagai sumber energi untuk boiler pembangkit steam. Kapasitas produksinya adalah 560 ton *steam* per jam. *Boiler* Batubara mulai beroperasi normal mulai tahun 2013. Kontraktor proyek adalah PT IKPT.

Gambar 2.3 Boiler Batubara untuk Produksi Steam pada Pembuatan Pupuk di Kalimantan Timur



Sumber: www.pupukkaltim.co.id (2018)

2.5.3 Penyiapan Lahan Kawasan Industri

Yaitu lahan di kawasan Tursina Timur yang akan digunakan untuk pabrik NPK Kluster. Progress saat ini memasuki tahap pematangan lahan dan penghijauan di area *Green Belt*.

Gambar 2.4 Area yang Akan Digunakan sebagai Lahan Industri di Kalimantan Timur



Sumber: www.pupukkaltim.co.id (2018)

2.5.4 Kajian dan Pengembangan Produk Lain

Pupuk Kaltim melakukan studi dan kajian untuk pengembangan sejumlah produk, antara lain :

1. Kajian produk turunan dari CPO/minyak kelapa sawit, yaitu *beta carotene*, vitamin E dan *surfactant*.
2. Kajian pembangunan pabrik *Explosive Grade Ammonium Nitrate* (EGAN)
3. Kajian pembangunan pabrik *Phosporic Acid* atau *Sulphuric Acid* (PA/SA).
4. Kajian Gasifikasi Batubara sebagai salah satu langkah untuk melakukan diversifikasi bahan baku pabrik amoniak.

Gambar 2.5 Lahan yang Digunakan PT.Pupuk Kaltim sebagai Penelitian dalam Mengembangkan Produk Baru



Sumber: www.pupukkaltim.co.id (2018)

2.6 Makna Logo

Gambar 2.6 Logo PT.Pupuk Kalimantan Timur



Sumber: www.pupukkaltim.co.id (2018)

Adapun makna dari logo diatas adalah sebagai berikut:

1. Segi lima melambangkan Pancasila merupakan landasan idiil perusahaan.
2. Daun dan Buah melambangkan kesuburan dan kemakmuran.
3. Lingkaran putih kecil adalah letak lokasi Bontang dekat Khatulistiwa.
4. Tulisan PUPUK KALTIM melambangkan keterbukaan perusahaan memasuki era globalisasi.

5. Warna Jingga:

Melambangkan semangat sikap kreatifitas membangun dan sikap profesional dalam mencapai kesuksesan usaha.

6. Warna Biru :

Melambangkan keluasaan wawasan Nusantara dan semangat integritas untuk membangun bersama serta kebijaksanaan dalam memanfaatkan sumber daya alam

2.7 Afiliasi dan Anak Perusahaan

1. PT Kaltim Industrial Estate

Bergerak di bidang penyediaan lahan industri dengan luas 230 ha dan berbagai fasilitas pendukung, termasuk sarana pengolahan limbah serta gedung perkantoran. Berlokasi di Kawasan Bisnis Pupuk Kaltim, Bontang, perusahaan ini dimiliki oleh PT Pupuk Kalimantan Timur (99,998%) dan YKHT Pupuk Kaltim (0,002%).

2. PT Pupuk Agro Nusantara

PT Pupuk Agro Nusantara (PAN) bergerak di bidang industri pupuk NPK dengan kapasitas per tahun sebesar 2x100.000 ton. Perusahaan ini dimiliki oleh PT Pupuk Kalimantan Timur (51%), PT Perkebunan Nusantara IV (34%) dan PT Perkebunan Nusantara V (15%).

3. PT Kalimantan Agro Nusantara

PT Kalimantan Agro Nusantara (Kalianusa) bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit. Saat ini Kalianusa sudah memulai usahanya pada lahan seluas 7.100 hektar di Kabupaten Kutai Timur, Provinsi Kalimantan Timur. Kalianusa merupakan perusahaan patungan antara PT Perkebunan Nusantara XIII (51%) dan PT Pupuk Kalimantan Timur (49%) yang didirikan pada tanggal 14 September 2009.

4. PT Pukati Pani

Didirikan tanggal 5 Mei 2003, bergerak dalam bidang perindustrian terutama industri ammonium nitrat. Namun hingga saat ini PT Pukati Pani belum melaksanakan kegiatannya. Perusahaan ini dimiliki oleh PT Pupuk Kalimantan Timur (34,96%) dan PT Suma Energi Nusantara (65,04%).

5. PT Kaltim Sahid Baritosodakimia

PT Kaltim Sahid Baritosodakimia (KSB) didirikan pada tanggal 8 Mei 1991 dan bergerak di bidang produksi dan penjualan soda ash. Kapasitas produksi soda ash yang direncanakan adalah 150.000 ton per tahun dengan nilai investasi sebesar USD 80 juta. KSB merupakan perusahaan patungan antara PT Pupuk Kalimantan Timur (20%), PT Tunggal Setia Pratama (30%) dan PT Huma Cakrawala (50%).

6. PT OCI Kalimantan Melamine (OKM)

PT OCI Kaltim Melamine (OKM) memproduksi dan memperdagangkan bahan baku melamin. Perusahaan ini beroperasi sejak Desember 1996 dengan kapasitas produksi 50.000 ton melamin per tahun. Perusahaan berkedudukan di Kawasan Industri Pupuk Kaltim Bontang, dengan nilai investasi USD 124 juta. OKM merupakan perusahaan patungan antara PT Pupuk Kalimantan Timur (19,998%), Yayasan Pupuk Kaltim (0,002%), Barito Pacific Lumber Company (20%) dan OCI Melamine (60%).

7. PT Rekayasa Industri

PT Rekayasa Industri (Rekind) bergerak dalam bidang *engineering, procurement, construction dan commissioning* dan merupakan usaha patungan antara PT Pupuk Kalimantan Timur (4,79%), Pemerintah Republik Indonesia (4,97%) dan PT Pupuk Sriwidjaja (90,06%).

8. PT Pukati Pelangi Agro Makmur

Didirikan di Semarang pada tanggal 14 Agustus 2003, PT Pukati Pelangi Agromakmur (PPA) bergerak di bidang produksi dan pemasaran pupuk NPK dengan kapasitas produksi 50.000 ton per tahun. PPA merupakan perusahaan patungan antara PT Pupuk Kalimantan Timur (19%), Yayasan Pupuk Kaltim (11%) dan PT Saprotan Nusantara Agro Utama (70%).

9. PT Pukati Pelangi Patani Berseri

Didirikan di Cirebon, Jawa Barat, pada tanggal 19 September 2003, PT Pukati Pelangi Patani Berseri bergerak di bidang pemasaran pupuk NPK dengan kapasitas produksi 50.000 ton per tahun. Perusahaan ini merupakan usaha patungan antara PT Pupuk Kalimantan Timur (19%), Yayasan Pupuk Kaltim (11%) dan PT Pelangi Prima Nusantara (70%).

2.8 Produk-Produk

1. Pupuk Urea

Pupuk Urea Dibuat Dari Reaksi Antara Amoniak Dengan Karbon Dioksida Dalam Suatu Proses Kimia Menjadi Urea Padat Dalam Bentuk Prill (Ukuran 1-3 Mm) Atau Granul (Ukuran 2-4 Mm) Yang Keduanya Diproduksi Oleh Pupuk Kaltim. Urea Prill Paling Banyak Digunakan Untuk Segmen Tanaman Pangan Dan Industri,

Sedangkan Urea Granul Lebih Cocok Untuk Segmen Perkebunan, Meskipun Dapat Juga Untuk Tanaman Pangan. Pupuk

Urea Dipasarkan Dan Dijual Dengan Merek Dagang Daun Buah Dan Pupuk Indonesia. Khusus Urea Bersubsidi Dengan Merek Pupuk Indonesia, Produk Urea Berwarna Pink.

Gambar 2.7 Produk Pupuk Urea



Sumber : www.pupukkaltim.com (2018)

2. Urea Granul Daun Buah

Urea Granul Daun Buah adalah merek yang digunakan untuk pupuk Urea Granul Non Subsidi produksi Pupuk Kaltim, berwarna putih dengan ukuran butiran 2 – 4,75 mm

Gambar 2.8 Produk Urea Granul Merk Daun Buah



Sumber : www.pupukkaltim.com (2018)

3. Urea Prill Daun Buah

Urea Prill Daun Buah adalah merek yang digunakan untuk pupuk Urea Prill Non Subsidi produksi Pupuk Kaltim, berwarna putih dengan ukuran butiran 1 – 3,35 mm.

Gambar 2.9 Produk Urea Prill Merk Daun Buah



Sumber : www.pupukkaltim.com (2018)

4. Amoniak

Amoniak digunakan sebagai bahan mentah dalam industri kimia. Amoniak produksi Pupuk Kaltim dipasarkan dalam bentuk cair pada suhu -33 derajat Celsius dengan kemurnian minimal 99,5% dan campuran (impurity) berupa air maksimal 0,5%. Amoniak dibuat dari bahan baku gas bumi yang direaksikan dengan udara dan uap air yang diproses pada suhu dan tekanan tinggi secara bertahap melalui beberapa reaktor yang mengandung katalis.

Gambar 2.10 Amoniak



Sumber : www.pupukkaltim.com (2018)

5. NPK Pelangi

NPK Pelangi adalah merek yang digunakan untuk produk-produk Pupuk Majemuk NPK (*Blending*) Non Subsidi, tampilan pupuk berwarna-warni, diproduksi oleh Pupuk Kaltim dalam beberapa jenis komposisi unsur hara.

Gambar 2.11 Produk NPK Pelangi



Sumber : www.pupukkaltim.com (2018)

6. NPK Pelangi Agro

NPK Pelangi Agro adalah merek yang digunakan untuk produk-produk Pupuk Majemuk NPK (*compound*), tampilan pupuk berwarna coklat.

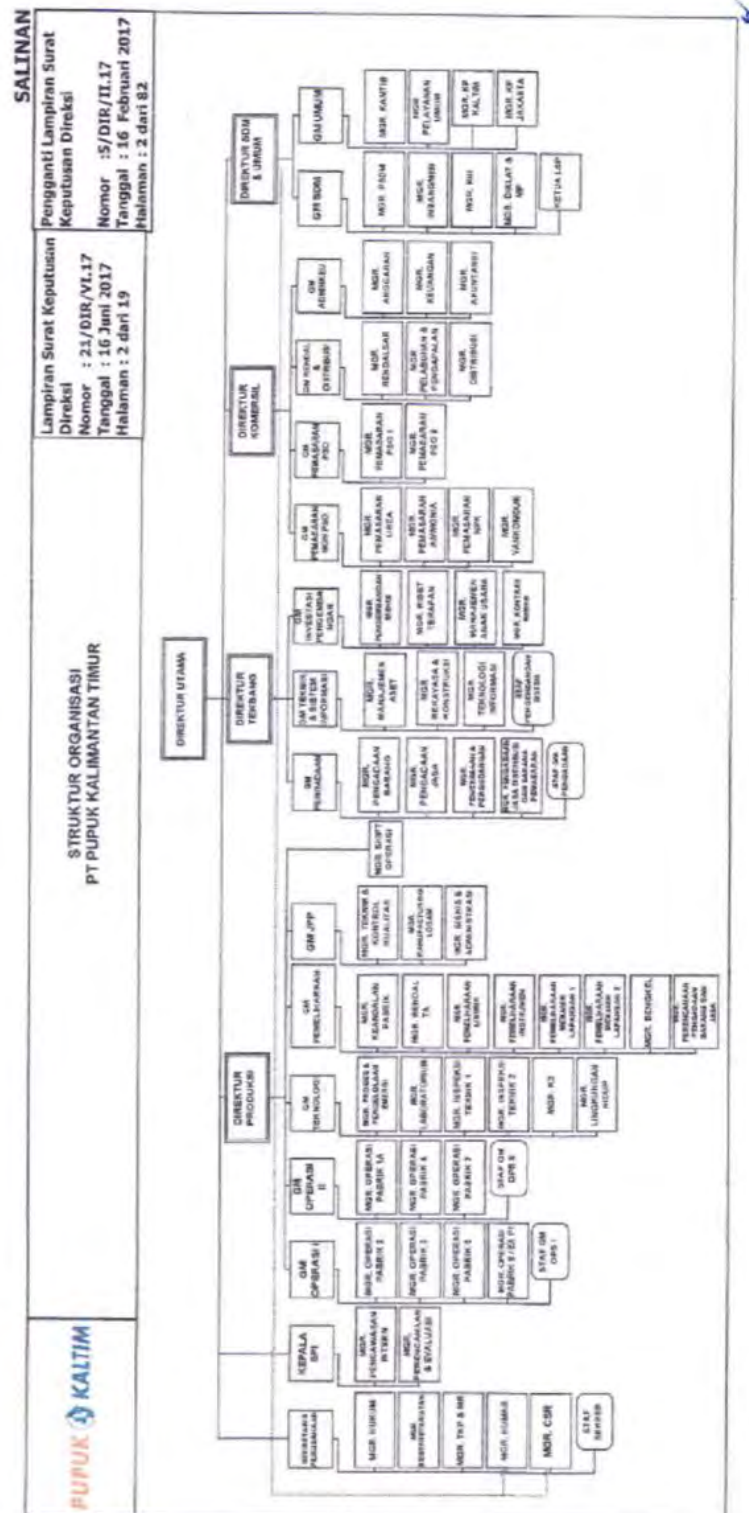
Gambar 2.12 Pupuk NPK Pelangi Agro



Sumber : www.pupukkaltim.com (2018)

2.9 Struktur Organisasi

Gambar 2.13 Struktur Organisasi PT. Pupuk Kalimantan Timur



Sumber : www.pupukkaltim.com (2018)

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Landasan Teori

3.1.1 Manajemen Distribusi

Menurut Tjiptono (2008) secara garis besar, pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Kegiatan distribusi berfungsi mendekatkan produsen dengan konsumen sehingga barang atau jasa dari seluruh indonesia atau luar indonesia dapat kita barang dan jasa tersebut. Kegiatan distribusi merupakan penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Pelaku kegiatan distribusi dinamakan distributor. Dalam kegiatan ekonomi, distribusi merupakan kegiatan yang berada di antara sampai ke tangan konsumen. Barang yang telah dihasilkan oleh produsen agar sampai ke tangan konsumen memerlukan adanya lembaga yang disebut dengan distributor.

Dalam kenyataan tidak selamanya barang yang dihasilkan produsen untuk sampai ke konsumen harus melewati distributor. Akan tetapi, dalam perekonomian modern kegiatan distribusi memegang peranan yang penting. Lebih-lebih dengan makin majunya teknologi transportasi yang mengakibatkan hubungan antarbangsa menjadi lebih dekat. Hal ini mengakibatkan peranan distribusi makin penting karena barang yang ada didalam negeri tetapi juga konsumen yang ada diluar negeri. Berdasarkan hubungan antara produsen dan konsumen, sistem distribusi dibedakan menjadi antara lain:

1. Sistem Distribusi

a. Distribusi Langsung

Kegiatan pendistribusian dilakukan langsung oleh produsen kepada konsumen tanpa ada perantara. Contoh distribusi langsung yaitu seorang petani yang langsung menjual hasil panennya kepada konsumen.

b. Distribusi Semi Langsung

Distribusi semi langsung dilaksanakan melalui saluran yang dimiliki oleh perusahaan produsen. Pihak lembaga pemasaran memiliki produsen/perusahaan mengantar produk kepada konsumen

c. Distribusi Tidak Langsung

Aktivitas distribusi dijalankan oleh lembaga pemasaran di luar dari perusahaan produsen. Pihak distributor luar menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Contoh kegiatan adalah penjual produk kecantikan yang menjual produknya melalui agent atau retail.

Berdasarkan pengertian yang sudah di paparkan dapat di simpulkan bahwa distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi barang dan konsumsi berkat distribusi barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen. Distribusi di bagi menjadi dua jenis, yaitu menurut kegiatannya dan menurut system distribusinya:

2. Menurut kegiatan distribusi

Jenis distribusi menurut kegiatannya terbagi menjadi yaitu *mass distribution*, *selective distribution*, *exclusive distribution*.

- a. *Mass distribution*, yaitu menyalurkan barang atau jasa melalui lembaga – lembaga distribusi atau perdagangan dalam setiap orang di manapun berada dapat memperoleh barang tersebut.
- b. *Selective Distribution*, yaitu penyaluran barang hanya di tempat tempat tertentu saja.
- c. *Exclusive distribution*, yaitu penyaluran atau penjualan barang maupun jasa melalui kelompok distribusi tertentu yang mempunyai hak penjualan di daerah- daerah tertentu.

3.1.2 Saluran Distribusi

Menurut Tjiptono (2008), saluran distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kekonsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperluas (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan). Pada setiap aktivitas pendistribusian pasti melalui saluran. Pengertian saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen dalam rangka mendistribusikan produk ke konsumen. Setelah suatu produk dihasilkan kemudian hal yang perlu dipikirkan adalah bagaimana memilih saluran yang tepat supaya lebih efisien.

Maka dari itu strategi distribusi diperlukan untuk memilih saluran mana yang paling memberikan keuntungan yang tinggi. Pelaku Kegiatan Distribusi kegiatan pendistribusian tidak akan berlangsung dengan baik tanpa adanya pelaku di dalamnya. Terdapat beberapa aktor dalam aktivitas pendistribusian yang perlu dipahami. Diantaranya adalah :

1. Pedagang

Pemain distributor yang membeli produk dari produsen atas kemauan sendiri. Produk tersebut kemudian dijual kembali ke pedagang lain atau konsumen akhir. Terdapat dua macam pedagang yaitu pedagang besar dan kecil. Pedagang besar biasa disebut pengepul. Pedagang kecil disebut pengecer.

2. Agen

Lembaga pemasaran yang diakui oleh produsen atau perusahaan untuk mendistribusikan produk ke konsumen. Lembaga ini biasanya memiliki izin atas nama perusahaan produsen. Secara resmi agen adalah lembaga distributor resmi dari suatu perusahaan produsen.

3. Makelar

Suatu lembaga pemasaran yang menjual produk menggunakan nama pihak lain.

4. Eksportir

Orang, sekelompok orang atau lembaga yang membeli produk dari dalam negeri kemudian melakukan penjualan ke luar negeri.

5. Komisioner

Distributor yang bertugas seperti makelar namun melaksanakan transaksi jual beli menggunakan nama sendiri. Dalam hal ini komisioner bertanggung jawab pula dalam aktivitasnya. Adapun komisi merupakan imbalan dari hasil kinerja komisioner.

3.1.3 Tugas Distribusi

Menurut Tjiptono (2008), Pelaku distribusi atau yang disebut distributor memiliki tugas dalam menjalankan aktivitasnya. Adapun tugas tersebut adalah :

1. Memperoleh produk yang berasal dari produsen maupun pedagang yang lebih besar.
2. Mengkelompokkan produk berdasarkan ukuran, jenis dan kualitas.
3. Mempromosikan produk kepada calon konsumen dengan berbagai strategi promosi.

3.1.4 Fungsi Saluran Distribusi

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka perusahaan dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik. Adapun fungsi-fungsi saluran distribusi menurut Kotler dan Keller (2012) sebagai berikut:

Tabel 3.1 Fungsi-Fungsi Saluran Distribusi

No	Fungsi	Deskripsi
1.	<i>Information</i> (Informasi)	Mengumpulkan informasi penting tentang konsumen dan pesaing untuk merencanakan dan membantu pertukaran.
2.	<i>Promotion</i> (promosi)	Mengembangkan dan menyebarluaskan promosi untuk merangsang pembelian.
3.	<i>Negotiation</i> (negosiasi)	Membuat kesepakatan harga dan syarat-syarat lain supaya terjadi perpindahan hak milik
4.	<i>Orders</i> (pesanan)	Menyampaikan pesanan kepada produsen
5.	<i>Finance</i> (keuangan)	Mendapatkan dana untuk mendanai pekerjaan saluran distribusi
6.	<i>Risk</i> (resiko)	Menanggung resiko sehubungan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran distribusi
7.	<i>Storage and Movement of Physical Product</i> (penyimpanan dan pemindahan produk fisik)	Menyediakan penyimpanan dan pemindahan produk fisik
8.	<i>Payment</i> (pembayaran)	Pembeli membayar tagihan kepada penjual melalui bank atau lembaga keuangan lainnya
9.	<i>Transfer of Ownership/ Title</i>	Perpindahan kepemilikan barang dari suatu organisasi atau orang kepada organisasi / orang lain.

Sumber: Kotler dan Keller (2012)

3.1.5 Level Saluran Distribusi

Menurut Kotler (2010, p113), mengemukakan tentang saluran pemasaran yaitu untuk menyalurkan produk dari perusahaan dapat memilih cara penyaluran barang/jasa baik secara langsung maupun tidak langsung mengharuskan perusahaan untuk menjual produknya kepada konsumen akhir (misalnya dengan cara mengirim tenaga penjual atau membuka toko untuk menjual produk dari perusahaannya). Sedangkan penyaluran secara tidak langsung menghendaki adanya perantara yaitu para pedagang besar, agen, atau pengecer. Dalam proses penyaluran barang-barang dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai, perusahaan harus dapat menentukan pilihan yang tepat di dalam memilih tingkatan saluran pemasaran yang digunakan. Berikut ini merupakan bentuk dari saluran pemasaran untuk barang konsumsi.

a. Saluran tingkat nol (*zero level channel*)

Saluran ini sering disebut juga saluran langsung karena dalam proses penyalurannya dilakukan tanpa melalui perantara. Jadi, penyalurannya dilakukan langsung dari produsen ke konsumen. Ada tiga cara dalam melakukan saluran langsung ini yaitu : penjualan dari rumah ke rumah, penjualan lewat pos, dan penjualan lewat toko atau koperasi.

b. Saluran tingkat satu (*one level channel*)

Dalam saluran ini terdapat satu perantara penjualan. Dimana dalam pasar konsumen perantara sekaligus merupakan pengecer. Dalam pasar industri, pengecer seringkali bertindak sebagai agen penjual atau makelar.

c. Saluran tingkat dua (*two level channel*)

Dalam saluran ini terdapat dua perantara penjualan. Dalam pasar konsumen mereka merupakan grosir atau pedagang besar sekaligus pengecer. Sedangkan dalam pasar industri merupakan penyalur tunggal dan penyalur industri.

d. Saluran tingkat tiga (*three level channel*)

Dalam saluran ini terdapat tiga perantara penjualan yaitu : agen, pedagang besar, dan pengecer. Saluran ini adalah saluran terpanjang dari keempat tingkatan saluran pemasaran, karena produsen menggunakan tiga perantara untuk mencapai ke konsumen akhir.

3.2 Data dan Pengumpulan Data

3.2.1 Proses Pengumpulan Data

Data dibutuhkan untuk memperkuat hipotesis dan sebagai acuan dalam penulisan laporan tugas akhir. Jenis pengumpulan data yang digunakan adalah kualitatif. Menurut Sugiyono (2012:1) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Menurut Prof. Dr. Surayana (2010:40) metode kualitatif instrumennya adalah orang, yaitu peneliti itu sendiri. Peneliti adalah sebagai instrumen kunci, untuk dapat menjadi instrumen maka peneliti harus memiliki wawasan dan bekal teori yang luas sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti. Metode kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi obyektif. Analisis data bersifat induktif/kualitatif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan kemudian dikonstruksi menjadi hipotesis atau teori.

3.2.2 Metode Penyusunan Data

Metode penyusunan data dilakukan dengan tujuan mengumpulkan dan menyusun data. Metode penyusunan data dilakukan agar penulis mendapatkan semua data yang sesuai dengan yang dibutuhkan.

Dalam penulisan laporan tugas akhir ini penulis menggunakan metode kualitatif, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

- Metode wawancara

Menurut Esteberg, 2002 (Sugiyono, 2012:317) mendefinisikan wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Menurut Zuriah (2006:179) wawancara adalah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.

3.3 Analisa dan Pembahasan

3.3.1 Implementasi Saluran Distribusi PT. Pupuk Kaltim terhadap Pupuk Bersubsidi Produk Pupuk Urea

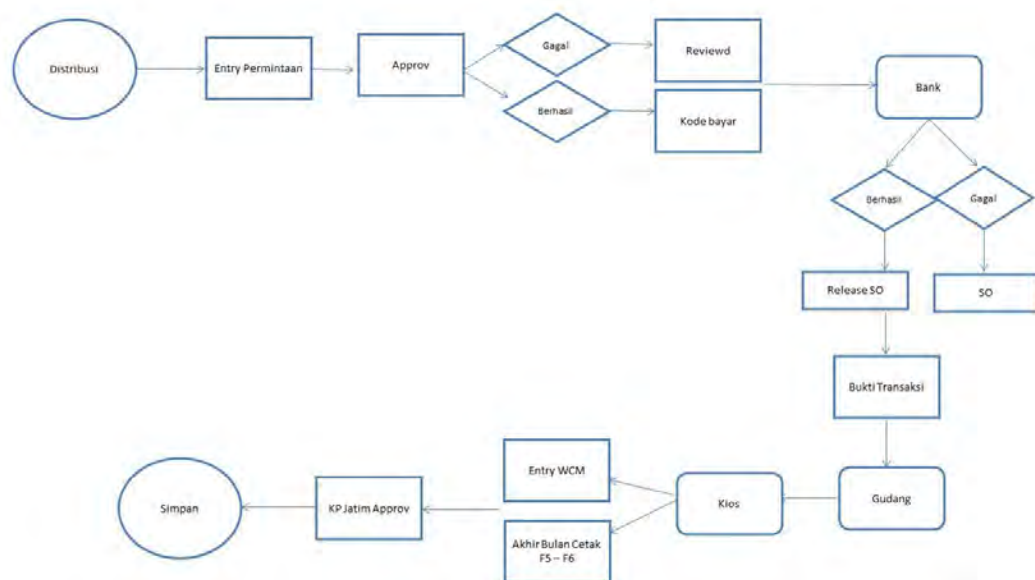
PT. Pupuk Kaltim merupakan salah satu produsen pupuk yang di tunjuk pemerintah sebagai pihak yang melakukan pengadaan dan menyalurkan pupuk bersubsidi. Pemerintah dalam hal ini Kementrian Perdagangan dan Kementrian Pertanian telah mengatur prosedur dalam penyaluran pupuk bersubsidi hingga sampai ke tangan konsumen.

Pengawasan pemerintah terhadap penyaluran pupuk bersubsidi sangat penting dilakukan pemerintah terkait dengan peran pemerintah sebagai yang meberikan subsidi terhadap harga pupuk, sehingga petani dapat memperoleh jumlah dan harga pupuk yang sesuai dengan yang telah di tentapkan oleh pemerintah.

3.3.2 Sistem Distribusi

Sistem penjualan pupuk bersubsidi menggunakan *Web Commerce* (WCM) secara *online* mulai tahun 2016 hingga sekarang. Sistem tersebut mempelajari Sistem Penebusan Distributor melalui *Web Commerce* (WCM). Tahapan penjualan pupuk bersubsidi menggunakan *web commerce* adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1 Bagan Tahapan Penjualan Pupuk Bersubsidi



Sumber : Data Internal Perusahaan (2018)

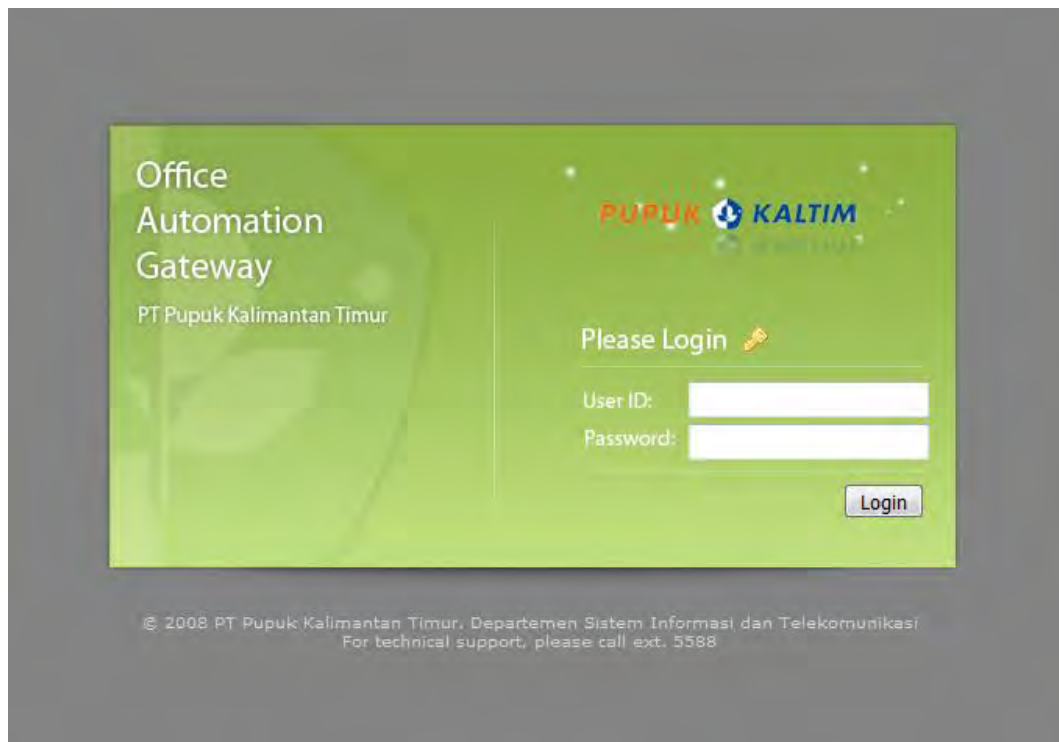
1. Distributor melakukan pembelian pada *web commerce*
2. Distributor melakukan *entry* penebusan di *Web Commerce* (WCM) melalui kantor pemasaran Jawa Timur (contoh) melakukan *approval* permintaan penebusan di *Sistem application & product in data processing* (SAP)
3. Setelah dilakukan *Approval* jika tidak memenuhi syarat dari sistem akan berstatus *Reviewed*
4. Setelah dilakukan *approval* jika memenuhi syarat dari sistem status akan *Approved* dan keluar Kode bayar
5. Kode bayar ditulis di Slip transaksi untuk dibayar online melalui Bank yang ditunjuk

6. Jika transaksi berhasil bukti setoran akan muncul nomor Surat Order (SO)
7. Jika transaksi tidak berhasil bagian penjualan kantor pemasaran Jawa Timur (contoh wilayah) akan memberikan informasi ke bagian keuangan Pupuk Kaltim di Bontang yang dilampiri bukti setoran dari Distributor untuk kemudian dilakukan pengecekan dan Release Surat Order (SO)
8. Bukti transaksi asli disampaikan ke gudang sebagai dasar pengeluaran barang dari gudang
9. Distributor melakukan penyaluran ke kios resminya
10. Distributor melakukan *entry* penyaluran di sistem *Web Commerce* (WCM)
11. Setelah akhir bulan Distributor dapat mencetak laporan distributor (F5), laporan pengecer (F6), dan rekap F6 dari sistem *Web Commerce* (WCM)
12. Bagian penjualan kantor pemasaran Jawa Timur (contoh wilayah) melakukan Approval terhadap F5 dan F6 setelah dinyatakan benar / sesuai

3.3.3 Fungsi dan Peranan Sistem *Web Commerce*

Web yang dimiliki PT. Pupuk Kaltim merupakan web yang hanya bisa diakses oleh *business partner* PT. Pupuk Kaltim. Melalui web ini *partner* dapat mengakses informasi mengenai penjualan pupuk urea, untuk pemesanan, serta transaksi secara online. Untuk mengaksesnya setiap *partner* akan diberikan id dan password.

Gambar 3.2 Web Pupuk Kaltim



3.3.4 Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan *Web Commerce*

a. Kelebihan *Web Commerce*

Tabel 3.2 dibawah ini menjelaskan beberapa kelebihan penggunaan *web commerce*

Tabel 3.2 Kelebihan Penggunaan *Web Commerce*

Aspek	Deskripsi
Bagi Organisasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Dapat memperluas pasar hingga pada taraf global/International b. Mengurangi biaya pembuatan, pendistribusian, pengambilan dan pengelolaan c. Meningkatkan citra perusahaan d. Dapat menyediakan pelayanan kepada pelanggan yang lebih baik e. Mempercepat dan efisiensi proses bisnis
Bagi Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> a. Dapat memberikan layanan tanpa ada batasan waktu 1 x 24 jam b. Mampu memberikan pilihan serta kecepatan dalam pengiriman c. Dengan banyaknya pilihan pelanggan dapat membandingkan harga satu dengan lainnya d. Dapat melakukan review komentar terkait produk e. Dapat memberikan informasi lebih cepat

Bagi Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak perlunya perjalanan dalam kegiatan jual beli b. Dapat mengurangi biaya produk, sehingga harga seharusnya dapat lebih terjangkau c. Dapat membantu pemerintah dalam pemberian pelayanan publik
------------------------	--

Sumber : Pupuk Kaltim (2018)

b. Kekurangan Penggunaan *Web Commerce*

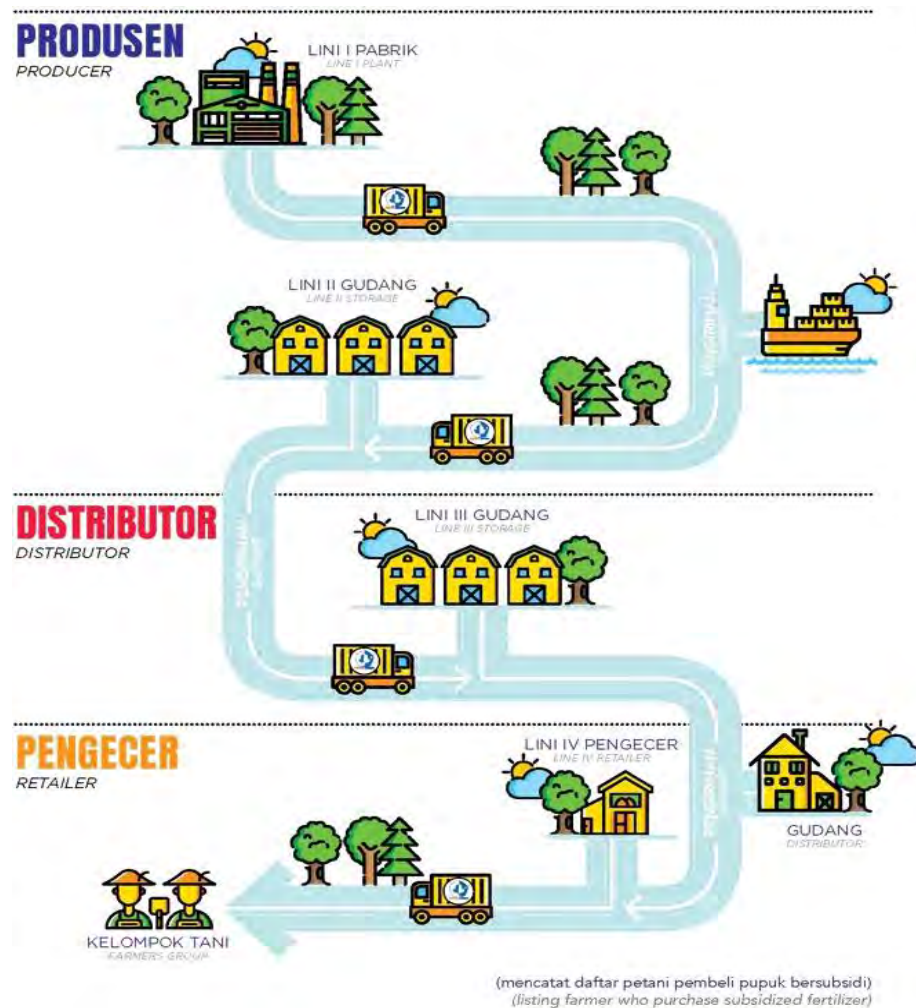
Kekurangan penggunaan *web commerce* dijelaskan pada tabel 3.3 dibawah ini

Tabel 3.3 Kekurangan Penggunaan *Web Commerce*

Aspek	Deskripsi
Segi Teknis	<ul style="list-style-type: none"> a. Jika implementasi buruk maka dapat terjadi kelemahan keamanan, keandalan dan standar sistem yang ada b. Perubahan/perkembangan industri perangkat lunak sangatlah cepat c. Jika terjadi kendala pada <i>bandwidth</i>, maka dapat terjadi kegagalan teknik informatika (TI) d. Kesulitan dalam integrasi sistem e. Terjadi masalah pada kompatibilitas sistem
Segi Non-Teknis	<ul style="list-style-type: none"> a. Mahalnya biaya pembuatan atau pembangunan sebuah sistem <i>e-commerce</i> b. Tingkat kepercayaan pelanggan yang kurang terhadap situs <i>e-commerce</i> c. Sulitnya untuk memastikan keamanan dan privasi dalam setiap transaksi secara online d. Kurangnya perasaan dalam kegiatan jual beli e. Aplikasi ini terus berkembang dengan sangat cepat f. Masih belum murah dan amannya akses Internet pada suatu negara tertentu.

Sumber : Pupuk Kaltim (2018)

Gambar 3.3 Saluran Distribusi PT.Pupuk Kalimantan Timur



Sumber : www.pupukkaltim.com (2018)

Untuk memenuhi penugasan Pemerintah kepada PT. Pupuk Indonesia (Persero) dalam pemenuhan suplai pupuk Urea dan Nitrogen, Fosfat, Kalium (NPK) bersubsidi di dalam negeri, Pupuk Kaltim menyiapkan stok pupuk Urea dan Nitrogen, Fosfat, Kalium (NPK) bersubsidi yang cukup untuk kebutuhan di masing-masing wilayah distribusi sesuai ketentuan Pemerintah yang secara berkala ditetapkan melalui Surat Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia.

Pupuk Kaltim memproduksi dan mendistribusikan pupuk bersubsidi untuk sektor pertanian sesuai dengan wilayah tanggung jawab, mulai dari Lini I hingga Lini IV berdasarkan prinsip 6 (Enam) Tepat, yaitu Tepat Jenis, Tepat Jumlah, Tepat Harga, Tepat Tempat, Tepat Waktu dan Tepat Mutu. Pupuk Kaltim selaku produsen wajib menjamin kelancaran penyaluran pupuk bersubsidi.

3.3.5 Kendala Saluran Distribusi

Kendala yang dihadapi oleh PT. Pupuk Kaltim adalah adanya keterlambatan pengiriman pupuk urea dari pabrik untuk distributor karna faktor tenaga kerja yang terbatas, faktor cuaca. Kendala untuk sistem webnya adalah koneksi jaringan internet yang terganggu.

3.3.6 Solusi Penyelesaian

Untuk masalah tenaga kerja PT. Pupuk kaltim memiliki solusi dengan penambahan jumlah tenaga kerja sistem kontrak. Sedangkan untuk masalah koneksi jaringan PT. Pupuk Kaltim memiliki solusi dengan mengganti seluruh kegiatan yang ada di web dengan hari lain sampai koneksi internet kembali stabil.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang dibahas pada bab sebelumnya, diambil beberapa kesimpulan, diantara lain:

1. PT Pupuk Kaltim merupakan salah satu produsen pupuk yang ditunjuk sebagai pihak yang melakukan pengadaan dan menyalurkan pupuk subsidi. Pemerintah bertugas sebagai pengawas pada penyaluran pupuk bersubsidi.
2. Sistem penjualan pupuk bersubsidi menggunakan *web commerce* (WCM) dilakukan mulai tahun 2016 hingga sekarang. Tahapan-tahapan penjualan pupuk bersubsidi melalui web commerce dimulai dari *entry* penebusan WCM, lalu dilanjutkan oleh kegiatan approval hingga memenuhi syarat dan keluar kode bayar. Setelah kode bayar diterima, lalu dibayar online melalui bank yang ditunjuk. Setelah transaksi berhasil, bagian penjualan kantor pemasaran Jawa Timur akan memberikan informasi ke bagian keuangan Pupuk Kaltim di Bontang. Bukti transaksi asli disampaikan ke gudang dan dilanjutkan ke kios resmi. Lalu, distributor melakukan *entry* penyaluran di system web commerce (WCM).
3. Penggunaan *web commerce* memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dilihat dari beberapa aspek, antara lain:
 - a. Bagi organisasi antara lain dapat memperluas pasar, mengurangi cost, meningkatkan citra perusahaan, menyediakan pelayanan pelanggan, serta mempercepat dan efisiensi proses bisnis
 - b. Bagi pelanggan antara lain dapat memberikan layanan tanpa ada batasan waktu, pemberian pilihan dan kecepatan pengiriman, serta adanya informasi lebih mendalam dan cepat

- c. Bagi masyarakat antara lain mengurangi *effort* yang dilakukan oleh pelanggan, mengurangi *cost*, serta membantu pemerintah dalam pemberian pelayanan publik

Namun, penggunaan *web commerce* juga mempunyai kekurangan baik dari segi teknis maupun non-teknis. Segi teknis meliputi dapat terjadi kelemahan keamanan, keandalan, dan standar sistem, perubabahan yang dinamis, dapat terjadi kegagalan TI, kesulitan integrasi sistem, serta masalah kompatibilitas sistem. Segi non-teknis meliputi *cost* yang tinggi serta kurangnya kepercayaan pelanggan

4.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran antara lain:

1. Untuk mengurangi rasa tidak percaya dari konsumen, maka PT Pupuk Kaltim harus memberikan garansi akan barang yang akan dikirimkan agar sesuai dengan pesanan dan pengiriman yang juga cepat. Oleh karena itu, diperlukan komunikasi serta sistem integrasi yang lebih baik antar pihak yang terkait
2. Untuk menghindari kegagalan TI maka, dibutuhkan orang-orang yang berkompeten atas bidang tersebut. Sehingga apabila sewaktu-waktu terjadi kegagalan, dapat dengan cepat diatasi

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 2. Jakarta: Erlangga
- PT. Pupuk Kaltim KP Jawa Timur. <http://www.pupukkaltim.com/ina/perusahaan-profil-bisnis/bisnis-utama/>. Diakses pada 20 April 2017
- PT. Pupuk Kaltim KP Jawa Timur. <http://www.pupukkaltim.com/ina/perusahaan-visi-misi-amp-budaya-perusahaan/>. Diakses pada 20 April 2017
- PT. Pupuk Kaltim KP Jawa Timur. <http://www.pupukkaltim.com/ina/pabrik-profil-unit-produksi/>. Diakses pada 20 April 2017
- PT. Pupuk Kaltim KP Jawa Timur. <http://www.pupukkaltim.com/ina/produk-amp-distribusi-tentang-produk/>. Diakses pada 20 April 2017
- PT. Pupuk Kaltim KP Jawa Timur. <http://www.pupukkaltim.com/ina/produk-amp-distribusi-distribusi/>. Diakses pada 20 April 2017
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Rizki, 2014, Saluran Distribusi. Semarang.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1

Surat Permohonan Praktek Kerja Lapangan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS VOKASI
 Jl. Dharmawangsa Dalam No. 28-30 (Kampus B) Surabaya 60286 Telp. 031-5033869, Fax. 99005114
 Website: vokasi.unair.ac.id, email: info@vokasi.unair.ac.id

Nomor : 2.85 /UN3.1.14/PPd/2018
 Perihal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

Kepada Yth,
 Pimpinan PT. Pupuk Kaltim
 Jl. Genteng Kali No 61 A
 Surabaya

Sehubungan dengan kegiatan kurikulum berupa Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa, maka kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengijinkan mahasiswa Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Semester Genap Tahun Akademik 2017/2018 Program Studi DIII Manajemen Pemasaran untuk melaksanakan PKL di Instansi yang Bapak/Ibu/Saudara pimpin selama 1,5 bulan.

Adapun mahasiswa yang akan melakukan PKL sebagai berikut:

NO	NAMA	NIM
1	Ika Hidayati	151510813025
2	Wahyu Afif J F	151510813028


Praktek Kerja Lapangan tersebut direncanakan pada bulan Februari sampai bulan Maret 2018. Atas bantuan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 15 Januari 2018
 Dekan,

Prof. Dr. H. Widi Hidayat, S.E., MSi., Ak., CA., CMA
 NIP. 196007121985111001

Lampiran 2

Surat Persetujuan Praktek Kerja Lapangan



KANTOR PUSAT DAN PUSAT PRODUKSI
 Jl. James Simandjuntak No. 1 Bontang Utara Kalimantan Timur 75313 Indonesia
 Bontang : (0548) 41202, 41203
 Jakarta : (021) 3443344, 3443345
 Faxis : (0548) 41616, 41626, 021-3443444 Website : www.pupukkalitim.com
DEPARTEMEN PENJUALAN WILAYAH III
 Jalan Genteng Kali No. 55 - 57 Surabaya 60275
 Telepon Kantor : 031 - 5341020 (Hunting) Facsimile : 031 - 5350369, 5352529
 e-mail : jajati@pupukkalitim.com

Surabaya, 06 Februari 2018

Nomor : 06/D42120.II/2018
 Lampiran : -
 Perihal : Persetujuan Ijin Praktek Kerja Lapangan

Kepada Yth:
 Universitas Airlangga
 Fakultas Vokasi (Manajemen Pemasaran)
 Kampus B Jl. Srikana No. 65
 Surabaya 60286

Dengan hormat

Menjawab proposal perihal Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan dari Universitas Airlangga Fakultas Vokasi, kami selaku pihak PT. Pupuk Kalimantan Timur Surabaya menyatakan bahwa mengizinkan mahasiswa Fakultas Vokasi Universitas Airlangga semester Genap Tahun Akademik 2017/2018 Program Studi Manajemen Pemasaran melaksanakan PKL (Praktek Kerja Lapangan) selama satu bulan dari bulan Februari sampai dengan Maret 2018 di Perusahaan kami.


Adapun Mahasiswa yang akan melakukan PKL (Praktek Kerja Lapangan) sebagai berikut:

NO.	NAMA	NIM
1	Ika Hidayati	151510813025
2	Wahyu Afif J F	151510813028

Praktek Kerja Lapangan (PKL) tersebut direncanakan pada bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2018.




Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

PT. Pupuk Kalimantan Timur


Joko Sugihartono
 Staff Umum
 Cc:
 -File

Lampiran 3




Surat Keterangan Selesai Praktek Kerja Lapangan

		KANTOR PUSAT DAN PUSAT PRODUKSI Jl. James Sisingjuntak No. 1 Bontang Utara Kalimantan Timur 75313 Indonesia Bontang : (0548) 41202, 41203 Jakarta : (021) 3443344, 3443345, Facs. : (0548) 41616, 41626, 021-3443444 Website : www.pupukkalitim.com DEPARTEMEN PENJUALAN WILAYAH III Jalan Geneng Kali No. 55 - 57 Surabaya 60275 Telepon Kantor : 031 - 5341020 (tunting) Facsimile : 031 - 5350369, 5352529 e-mail : jajet@pupukkalitim.com
Nomor	: 29/D42120.IV/2018	Surabaya, 9 April 2018
Lampiran	: -	
Perihal	: Surat Keterangan Selesai Praktek Kerja Lapangan	
Kepada Yth: D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Di: Surabaya		
Dengan Hormat,		
Kami dari PT. Pupuk Kalimantan Timur dengan ini, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa-mahasiswi di bawah ini :		
No	Nama	NIM
1.	Astrina Sumarendah	151510813004
2.	Ika Hidayati	151510813025
3.	Wahyu Afif Johar F.	151510813028
4.	Nurul Alfiatun S.	151510813050
Berdasarkan surat dari Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga perihal Permohonan Kerja Praktek Mahasiswa, dinyatakan bahwa mahasiswa-mahasiswi tersebut telah melaksanakan kerja praktek pada Departemen Pemasaran PSO I- PT. Pupuk Kalimantan Timur selama 1,5 bulan terhitung 45 hari di hari efektif perusahaan (senin-jumat) dimulai sejak tanggal 5 Februari 2018 s/d 6 April 2018.		
Demikian surat keterangan ini disampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih.		
PT. Pupuk Kalimantan Timur		
		
Joko Sugihartono Staff Umum		
Cc: -File.		
		



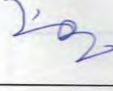
Lampiran 4

Buku Harian Praktik Kerja Lapangan

BUKU HARIAN PKL MHS PROGRAM DIPLOMA III

Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan Pengawas
Kamis 8/2 2018	<ul style="list-style-type: none"> - stempel batas 2 - Penjualan subsidi - rekapitulasi tagihan - Pencairan dibagian - Penjualan subsidi 	
Jumat 9/2 2018	<ul style="list-style-type: none"> - stempel data 2 yang sudah di rekapitulasi - konsultasi dengan pihak - bantuan bersubsidi - tentang masalah penjualan 	
Senin 12/2 2018	<ul style="list-style-type: none"> - menguntun surat - surat - st, kwansi, surat jalan - berita acara, nipw 	

BUKU HARIAN PKL MHS PROGRAM DIPLOMA III

Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan Pengawas
Senin 5/2 2018	<ul style="list-style-type: none"> - Mengenal alur penjualan - Pupuk melalui sistem - mengenal nama - nama - Pupuk yang direvisi dan - di pakarkan oleh pupuk - kalim 	
Selasa 6/2 2018	<ul style="list-style-type: none"> - menguntun surat - pengajuan PT dan CV - & di unitan sesuai NO. - Belajar semua 2 mengenal - Pupuk kalim melalui - web " www . pupukkalim . com " 	
Rabu 7/2 2018	<ul style="list-style-type: none"> - Scan data yang - sudah di approve oleh - divisi penjualan subsidi - Lalu disimpn file . - olehreaga seram 	

Lampiran 5

Hasil Penilaian Praktik Kerja Lapangan

**PRATIK KERJA LAPANGAN (PKL)
FAKULTAS VOKASI UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Nama : IKA HIDAYATI
 No. Pokok : 151510813025
 Lokasi PKL : PT. Pupuk kalim KP Jawa timur
 Waktu PKL :

No.	Jenis Kemampuan	Tanggapan/Komentar Pengguna				
		Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang	Sangat Kurang
1	Keterampilan		✓			
2	Kerjasama	✓				
3	Komunikasi		✓			
4	Semangat Kerja	✓				
5	Displin	✓				
6	Kerapian		✓			
7	Sikap		✓			
8	Kreativitas		✓			

Keterangan :

.....

Surabaya, 24/5/2018
 Mengetahui,
 Pembimbing / Pengawas PKL

(Signature)
 (Soko Sogiharta on)

Lampiran 6

Buku Konsultasi Praktik Kerja Lapangan

KARTU KONSULTASI PKL (PRAKTEK KERJA LAPANGAN)
FAKULTAS VOKASI UNIVERSITAS AIRLANGGA

1. Nama Mahasiswa	: IKA HIDAYATI
2. Nomor Pokok	: 151510813025
3. Jurusan	: D3 Manajemen Pemasaran
4. Topik PKL	: SISTEM DISTRIBUSI
5. Judul PKL	: " Sistem DAFTAR WEB COMMERCE SEBAGAI SALURAN DISTRIBUSI PADA PRODUK PUPUK UREA (CON_2H_2) BERSUBSIDI, DI PT. PUPUK KALIMANTAN TIMUR "
6. Lokasi PKL	: PT. Pupuk Kalimantan Timur
7. Tanggal Mengajukan PKL	: 5 Februari
8. Selesai Menulis PKL tanggal	: 5 Februari - 6 April 2018
9. Pembimbing	: Pak ARI
10. Keterangan	:

Lampiran 7

Buku Konsultasi Praktik Kerja Lapangan

CATATAN KONSULTASI			
BULAN	Tanggal	Parap Pembimbing	KETERANGAN
JANUARI	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
FEBRUARI	1. 13 Feb 2018	✓	konsultasi masalah yang ada di plkl
	2.		
	3.		
	4.		
MARET	1. 9 Mar 2018	✓	konsultasi judul TA
	2. 23 Mar 2018	✓	konsultasi Bab I
	3. 28 Mar 2018	✓	konsultasi Latar belakang
	4.		
APRIL	1. 11 Apr 2018	✓	Bab II revisi dan konsultasi
	2. 19 Apr 2018	✓	konsultasi Bab II
	3.		
	4.		
MEI	1. 10 Mei 2018	✓	konsultasi Bab III
	2. 17 Mei 2018	✓	konsultasi Bab III
	3. 24 Mei 2018	✓	konsultasi Bab III & IV
	4.		
JUNI	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
JULI	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
AGUSTUS	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
SEPTEMBER	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
OKTOBER	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
NOPEMBER	1.		
	2.		
	3.		
	4.		
	1.		

Lampiran 8

Dokumentasi Praktek Kerja Lapangan



LAMPIRAN 9

Daftar wawancara

A : Penulis

B : Narasumber (Manajer Pemasaran PT. PUPUK KALTIM)

A : Selamat siang pak

B : Iya selamat siang ada perlu apa?

A : Saya ingin mengetahui informasi mengenai saluran distribusi sistem WCM pada PT. Pupuk Kaltim?

B : Iya boleh, di Pupuk Kaltim ini menggunakan sistem online yang dimana semua bekerja berhadapan dengan komputer.

A : jadi apakah semua kegiatan jual beli dilakukan melalui sistem tersebut ?

B : pastinya karena itu sudah mencakup semuanya dari proses transaksinya jual-beli untuk produk pupuk. Dan hanya pupuk bersubsidi yang menggunakan sistem WCM.

A : lalu bagaimana saluran distribusinya untuk pupuk urea sendiri?

B : bisa dilihat melalui webnya pupuk kaltim, disitu sudah tertera semuanya.

A : baik pak, kalau begitu terima kasih pak atas informasinya

B : iya, sama-sama.